Blueprint: landing B2B white label

Traccia in nove sezioni per vendere una tecnologia a chi la rivenderà col proprio marchio · Laboratorio EB Media Studio

---

A cosa serve

Traccia riutilizzabile per costruire una landing B2B che vende una tecnologia a chi la rivenderà col proprio marchio. Nove sezioni in ordine fisso: ognuna risponde a un'obiezione precisa di chi legge. Non è un template grafico, è l'ordine degli argomenti.

Le nove sezioni

1. Hero — Aggancio in tre secondi. Una promessa concreta, non una visione. Accanto al testo, il prodotto vero: un mockup o una demo navigabile. CTA primaria + un link di scorrimento.

2. Il problema del settore — Nomina il rischio senza allarmismo. Due o tre dati in evidenza, poi una frase secca che chiude il ragionamento. Non colpevolizzare il lettore.

3. Cosa riceve il cliente finale — Mostrare, non raccontare. Elenco breve di cosa arriva in mano all'utente, affiancato dal prodotto vero. Qui si gioca la credibilità.

4. Cosa non cambia — La sezione che decide la conversione. Due colonne: «resta tuo» e «si aggiunge». Poche parole, contrasto visivo alto. Se si taglia qualcosa per lunghezza, non si taglia questa.

5. Cosa include il servizio — Da tre a quattro moduli, mai una lista indistinta di otto funzionalità. Ogni modulo: titolo breve, due o tre righe.

6. Come funziona l'attivazione — Timeline numerata, quattro o cinque passaggi. Serve a ridurre la percezione di complessità, non a documentare il processo.

7. Perché ora — Urgenza reale, mai artificiale. Un titolo e un paragrafo. Nessuna grafica: deve pesare per il contenuto.

8. Chi c'è dietro — Credibilità del fornitore. Opzionale: se la pagina regge senza, si toglie.

9. CTA finale — Una sola, a tutta larghezza. Nessuna alternativa che distragga.

Regole che valgono per tutta la pagina

- Mobile-first: chi decide apre la pagina dal telefono, dopo un post o un reel.
- Nessun prezzo pubblico. Il prezzo passa dalla conversazione, non dalla landing.
- Regola white label: il nome del fornitore non compare mai nelle schermate del prodotto finale.
- Una sola chiamata all'azione per schermata. Due CTA in competizione ne annullano una.
- Tono da consulente a imprenditore: autorevole e diretto, zero linguaggio da startup.

Come usarla

Scrivi prima tutti i testi in ordine, senza pensare alla grafica. Se una sezione non ha niente di concreto da dire, quella sezione non serve: eliminala invece di riempirla. Solo dopo passa al layout.